


# LA RADIO...

UNA ALTERNATIVA PARA LA COMUNICACION MASIVA DEL EVANGELIO

*por*

PEDRO YARUCHYK LASCHUK

SEMINARIO BIBLICO LATINOAMERICANO
*San José - Costa Rica*
*Junio, 1977*

PROYECTO

*En cumplimiento parcial de los requisitos para optar al* BACHILLERATO EN TEOLOGIA

DEDICATORIA:

A mis padres: *Nocrenia y Domenty*

Quienes me enseñaron el camino del deber y de la verdad

# P A R A G U A Y

## Tierra de luz y Leyenda

El Paraguay es tierra de paisajes. Atrae y subyuga el verdor de sus campos, la exuberante vegetación de sus suaves montañas, la infinita variedad de sus flores y aves, la pureza de su aire, el incontable número de ríos y de fuentes, la imponente majestad de sus vastas planicies y, sobretodo, la abundancia de luz que hace resaltar con brillantes matices la policromía de privilegiada naturaleza.

No puede darse un mejor escenario para la nación paraguaya, protagonista de drámaticos episodios de sacrificio y heroísmo, acaso, sin paralelo en la historia de América, y a un tiempo mismo, ejemplo de virtudes pacíficas; pueblo hospitalario, generoso y tierno.

Dos grandes cuencas fluviales abrazan y limitan el país; grandes regiones, Occidente y Oriente, dividen en dos su geografía; dos razas diversas, la indígena y la hispánica, se unen y confunden en su pueblo; dos son, también los idiomas de la nación, el español y el guaraní y de dos inagotables fuentes de origen emana el riquísimo caudal de inspiración, gracia y fantasía, de la música y el folklore paraguayo.

Acaso en esa dualidad de valores, en esa bivalencia espiritual y material que califica la geografía, la historia y la cultura del Paraguay, resida el mayor encanto del país, la razón oculta de la fascinante atracción que ejerce sobre cuantos visitan la hospitalaria patria de los ñandutíes, del paraíso de Ypacaraí, de las arpas y guitarras en serenata de luna, de fantásticas leyendas cantadas al ritmo musical de polcas y guaranías. Pueblo que, para mayor mérito, se ha sabido abrir en un mundo conturbado, una brecha histórica de laboriosa y fructífera paz.

Guillermo de Zéndegui

# CONTENIDO

INTRODUCCION.

A. Justificación y objetivos del proyecto.
B. Pautas metodológicas que nos proponemos a seguir.
C. Limitaciones.

Notas a la Introducción.

I. TRES ELEMENTOS CONVERGENTES.

A. PRINCIPIOS BIBLICOS.
-motivación.
-mandato y la justificación de una metodología agresiva.
-la evangelización bíblica como obra personal.
-el empleo de los medios masivos seculares.
-la radio en la misión evangelizadora de la iglesia.

B. EL FENOMENO DE LA COMUNICACION.
1- Principios generales.
a) ¿Qué se entiende por comunicación?
b) Propósitos de la comunicación.
c) Clases de comunicación.

2- Aspectos técnicos de la comunicación radial.
-La persona.
-La voz.
-El lenguaje.

3- El papel de la radio en los medios masivos de la comunicación.
-Como educadora.
-Como formadora.
-Como informadora.
-Como entretenimiento.

C. DESCRIPCION DEL DEPARTAMENTO DE ITAPUA.
1- Situación geográfica.
2- Situación económica.
3- Situación religiosa.
4- Situación política.
5- Composición étnico-social.

Notas bibliográficas al Capítulo I.

II. LA ALTERNATIVA.

1- La estrategia global.
2- El programa específico.
3- Muestra de libreto.

Notas bibliográficas al Capítulo II.

APENDICES.

MAPAS.

BIBLIOGRAFIA.

## INTRODUCCION

### A. JUSTIFICACION Y OBJETIVOS DEL PROYECTO.

En el presente trabajo nos proponemos presentar un estudio del Departamento de Itapúa, con el propósito de elaborar un proyecto para programas radiales para los habitantes de dicho Departamento, el proyecto será usado proximamente por la Asociación de las Iglesias Cristianas Evangélicas y Bautistas Eslavas del Paraguay. Son siete Iglesias en total y están localizadas en el Departamento de Itapúa, zona sur del país, las cuales auspiciarán dicho programa radial, y será difundido por la Emisora ZP5 y ZPA5 "Radio Encarnación", de la ciudad de Encarnación, Capital de Itapúa.

Indudablemente que, el área de alcanze de la Emisora es todo el territorio nacional y a ciertas horas del día es de alcanze internacional. Pero por cuestiones metolológicas y de trabajo, hemos decidido limitarnos al área del Departamento de Itapúa solamente, el cual abarca una superficie de 16.525 $Km^2$, y con una población de 250.000 habitantes.

Nuestra justificación y meta al presentar un programa radial cristiano es, no para que sea un fin en sí, sino que sirva de un medio para el apoyo y refuerzo del programa total de la Iglesia, y también un medio para los contactos futuros con los oyentes y así permita un programa de continuidad para la realización de una pastoral efectiva y completa.

Daremos gran énfasis en la comunicación efectiva a través del trabajo en el proyecto. Consideraremos que la efectividad y los éxitos dependen de la clase de comunicación que se empleará en la presentación del mensaje evangélico, como muy bién lo expresó B. F. Jackson: "...toda educación es comunicación, pero no toda comunicación es educación". (1). De igual manera buscaremos presentar el contenido del mensaje que sea pertinente y eficáz y que de una u otra forma responde a la necesidad de la gente.

Los objetivos que nos impulsaron a la decisión de trabajar sobre este tipo de proyecto, como lo es este: "La Radio, una alternativa para la comunicación masiva del Evangelio". Pues, creemos que la radio es una alternativa a la situación presente donde hay serios problemas en la comunicación del Evangelio, ya sea por la distancia geográfica, barreras culturales, sociales, económicas, etc. Creemos que ante esta situación, la radio puede superar grandes barreras de esta índole, por lo tanto proponemos la comunicación radial como una alternativa ante ello. Los objetivos son los siguientes:

1- Al finalizar nuestros estudios en el Seminario Bíblico Latinoamericano, estaremos involucrados en éste tipo de ministerio, en nuestro país de origen, Paraguay, con la Asociación de Iglesias Cristianas Evangélicas y Bautistas Eslavas.

2- Por tener algunas experiencias y estudios en el campo de la comunicación radiofónica y, al ver la deficiencia de los programas radiales, especialmente cristianos, que no cumplen con su cometido. Decidimos profundizarnos más en éste campo para no caer en la misma superficialidad, y, a la vez dar nuestro aporte a aquellos que ya están involucrados; de una u otra manera en este quehacer radiofónico.

3- Sugerir algunas pautas de principios teológicos que se deben tener en cuenta en la presentación del programa. Sobre todo en nuestro caso que los programas serán orientados para alcanzar personas de la comunidad secular - a los no cristianos - el lenguaje empleado no deberá llevar bagaje teológico, para no crear prejuicios de ninguna índole.

4- Dar algunos principios esenciales del fenómeno de la comunicación. Por una parte, en forma general, y por otra, los técnicos. Como también, el papel que desempeña la radio en la comunicación masiva y en la tarea evangelizadora de la Iglesia.

5- Preparar algunos libretos para que sirvan como ejemplos para el tipo de programas radiales cristianos que queremos realizar.

6- También, presentaremos algunos criterios de evaluación que serán empleados para medir los alcanzes de los programas y su efectividad.

7- Finalmente, como ya se tiene sobreentendido que, la elaboración de este proyecto, es para el cumplimiento parcial de los requisitos para optar al grado de Bachiller en Teología en el Seminario Bíblico Latinoamericano.

Los objetivos concretos que esperamos alcanzar, directamente ya con el programa radial en el campo de la labor, son los siguientes:

a) Didáctico - enseñar a través de los programas.

b) Kerigmático - proclamación de las Buenas Nuevas liberadoras.

c) Pastoral - especialmente proveer un cuidado pastoral a la comunidad secular.

d) Orientación - programas con orientación para jovenes, proveyendoles ayuda.

e) Información - informar en cuanto a los ebentos especiales de la comunidad.

f) Vínculo - que los programas sean un medio para los contactos con las personas.

B. PAUTAS METODOLOGICAS QUE NOS PROPONEMOS A SEGUIR.

Las pautas metodológicas que nos hemos propuesto a seguir en la elaboración del presente proyecto, son las siguientes:

1- Observación-participación indirecta. Efectuaremos algunas entrevistas con algunos expertos en este campo, siendo que nos es imposible viajar al campo de labor.

2- Bibliografía - investigación literaria.

3- Preparación académica - cursos sobre comunicación y evangelización.

4- Crítica retórica + análisis de algunos programas radiofónicos cristianos.

5- Y algunas otras pautas que se nos presentaran el el camino de la eleboración.

6- Reflexiones sobre las experiencias.

C. LIMITACIONES.

A pesar y fuera de nuestra voluntad, nos hemos enfrentado con ciertas limitaciones en la elaboración de este proyecto; por no disponer quizás de materiales deseados y/o necesarios y precios, tales como: estadísticas recientes, envolvimiento directo, distancia geográfica, etc. También, en el camino del quehacer tuvimos que efectuar algunos cambios de metodología y estructura del proyecto. Por lo tanto, el trabajo no pretende, en ningún momento tener autoridad absoluta.

Finalmente, quizás en nuestro intento de seguir el bosquejo, seamos o parezcamos muy idealistas y no cubramos todo lo estructurado, pero intentaremos, a lo menos, cubrir lo esencial.

Para terminar diremos que, si esta reflexión - como esperamos - lograse producir un nuevo y fecundo compromiso en los compañeros de la trayectoria ministerial, y el Espíritu Santo fermente un nuevo impulso en nuestros corazones para la proclamación del eterno mensaje de Dios, entonces el propósito de este trabajo sería realizado y nos sentiríamos más que complacidos.

* * * *

NOTAS A LA INTRODUCCION

(1) B. F. Jackson, Jr. ed. Communication-Learning for Churchmen. (New York: Abingdon Press, 1968) p. 70.

## I. TRES ELEMENTOS CONVERGENTES

### A. Principios Bíblicos.

La edad moderna ha traído consigo una cantidad de aparatos que simplifican (o, según se vea, complican) la vida diaria. Desde la edad media en adelante han habido un sinnúmero de descubrimientos e invenciones que permiten al hombre de hoy hacer lo que hasta ahora parecía ser imposible. Entre otras cosas, se incluye el arte de comunicarse instantáneamente con masas de gente. Gutemberg comenzó el proceso con su imprenta, posibilitando la reproducción masiva de la palabra escrita. Más tarde se agregó la radio con sus posibilidades de trasmitir la palabra hablada por distancias, llegando a millones de oyentes a la vez. La televisión agregó la imagen. Hoy las posibilidades de proclamar las buenas nuevas a las masas (o cualquier otro mensaje) por medio de éstos y otros aparatos son evidentes. (1)

En estos días de grandes avances de la comunicación, creemos que la radio ha sido y es uno de los instrumentos electrónicos más usados y eficáces en el logro de ella.

Nuestros días también se han distinguido por la exploción demográfica, como nunca antes en la historia de toda la humanidad; la población mundial está creciendo, especialmente en los países del tercer mundo.

Nosotros, como cristianos que somos, tenemos la responsabilidad y el mandato de la Gran Comisión (Mat. 28: 18-20), "...vayan y hagan que todos los pueblos sean mis discípulos". (Vers. L.A.). Muchas veces nos hemos hecho la pregunta, cómo es posible cumplir con el inneminente mandato del Señor Jesucristo en los días tan históricos en los que vivimos nosotros. Definitivamente la respuesta es, necesitamos efectividad y buena estratégia en nuestro quehacer por llevar hacia adelante el cumplimiento de esta Gran Misión. Justamente es en este contexto donde comienza la reflexión y el origen de este proyecto, es un

intento de responder a la necesidad de nuestra situación actual, construida a base de la reflexión y mi experiencia personal en el trabajo radiofónico.

La evangelización personal es actividad indispensable del cristianismo. Pero no podemos deternos solamente en ello. Porque la evangelización personal no es la totalidad de la evangelización, debemos buscar otros métodos más, y que éstos sean efectivos y pertinentes para el día de hoy. Al decir esto, no estamos descartando la gran importancia, y quizás la prioritaria, de la obra personal. Pués nada es tan efectivo como la relación personal. Al buscar otros métodos de evangelización, a más del personal, pensamos en una relación de mutua complementación, entre el método personal y los otros. Porque la radio jamás podría asumir nuestra responsabilidad personal en la comunicación del Evangelio, sin embargo, puede complementarla muy bien. Así como: Preparar el camino para despertar el interés que luego puede ser aprovechado por el contacto personal. Tenemos un buen ejemplo en Hechos 8:26-40, que viene muy bien al caso, aunque en esta situación la palabra escrita preparó al Etíope, para que luego fuera aprovechada la ocasión por Felipe en la relación personal. Lo cual muy bien la radio puede hacer con la palabra emitida y oída. También preparar y estimular a los hermanos de la Iglesia para que hagan la obra personal. Reforzar o consolidar el mensaje personal, y en un último caso, en países donde las personas no gozan de libertad religiosa, sí la radio es un medio que ocupará para cumplir con nuestra responsabilidad donde fuere imposible tener medios para un contacto personal directo. Así es que, la comunicación radial será una complementación a la tarea evangelizadora personal de los cristianos.

La Iglesia es el instrumento del Evangelio en la misión de Dios en el mundo. Creemos que la Iglesia misma es parte essencial del Evangelio. La Iglesia es un cuerpo evangelizador. Nuestra evangelización sin la Iglesia queda

truncada. Si sólo tomamos y confesamos que Cristo murió por nuestros pecados y resucitó al tercer día, no es todo el Evangelio, es una parte y la comunidad de la Iglesia es la otra parte. La Iglesia es (o debería ser) la encarnación del Evangelio, formando una comunidad nueva, un pueblo nuevo que sería la anticipación del Reino de Dios en el mundo. Por eso es que San Pablo exhorta a los cristianos a vivir en comunidad, en unidad de la nueva humanidad. (cf. Efesios)

Por lo tanto creemos y afirmamos a lo largo de este proyecto que la evangelización (en este caso radial) debe ir estrechamente vinculada a la vida y trabajo de la Iglesia local.

Al estudiar el Nuevo Testamento, encontramos ejemplos de evangelización personal, tales como: Jesús y Nicodemo, la mujer samaritana, Felipe y el etíope, etc., y también ejemplos de evangelización masiva, como: Jesús y el Sermón del Monte, Pedro en el Templo, Pablo en Atenas, etc. Debemos comprender que es imposible limitar la tarea evangelizadora solamente a la obra personal y mucho menos hoy en día, cuando la población mundial está llegando a 4 mil millones de habitantes. Carlos A. Valle nos da una buena explicación al respecto:

> Todo comunicador cristiano debe comenzar por afirmar la imposibilidad de reducir el Evangelio y comprimirlo al uso de un medio. El testimonio del Nuevo Testamento es que aquella palabra que era al principio, no puede ser entendida como mero sonido o codificado en simple escritura, sino que es una palabra creadora, que se ha hecho definitivamente persona humana. Comunicar el Evangelio es comunicar a esa persona, a ese Jesucristo que es creación de un nuevo hombre y un nuevo mundo. Comunicar el Evangelio no es transmitir una idea del Evangelio, porque una persona no puede reducirse a una idea. No es tampoco comunicar nuestra comprensión de esa persona. Es decir, como si lo que nosotros hiciéramos fuese trasmitir una reflexión, sacar conclusiones del hecho, producir moralejas. Comunicar el Evangelio es compartir con esa persona su misión, es entrar en la acción creadora por un mundo que Dios quiere hacer en medio de la opresión y la injusticia de esta Tierra. (2)

Debemos estar siempre prevemidos para no caer en el error de pensar que el medio de comunicación es el mensaje, o de que el Evangelio llega a ser mera propaganda de consumo. El hecho es que los medios masivos de comunicación participan de todas la posibilidades buenas y malas de la vida humana. Carlos A. Valle dice que ante todos ellos debemos estar prevenidos:

> Estar prevenido por el carácter de un medio significa estar alerta sobre los peligros que se corren. Pero no podemos ir tras una pureza irreal que, después de todo, tampoco hace a la esencia de la encarnación. Dios también al manifestarse en una forma concreta se manifiesta en una forma paradojal. Uno puede plantearse algunas preguntas como: ¿Porqué se hace hombre en Israel? ¿Por qué sufre la muerte del convicto político? ¿Por qué se manifiesta en parábolas de comprensión equívoca? (3)

Algunos se han preguntado e incluso han discutido, por qué usar la radio en la misión evangelizadora de la Iglesia, siendo que es un medio masivo secular. Pués, cuando leemos la Biblia nos encontramos con el mandato del Señor Jesucristo "Id por todo el mundo y haced discípulos en todas las naciones, bautizandolos en el nombre del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo..." (Mt. 28:19). Pero El no nos dejó métodos específicos para ninguna ocasión particular. Nuestra responsabilidad es descubrir que método debemos de usar en diferentes ocasiones. Por esta razón el gran apóstol de la Cruz, San Pablo, explicó su filosofía del servicio cristiano con lo siguiente: "...me he hecho débil a los débiles, para ganar a los débiles". (1 Cor. 9:22), y defiende su método con una gran justificación, "para ganar a mayor número". (1 Cor. 9:19), "...así que la fe es por el oir, por la palabra de Dios". (Rom. 10:17), entonces la radio fácil, rápida y económicamente provee un vasto aumento de oportunidades a los oyentes no cristianos y cristianos escuchar el mensaje de salvación. Por lo tanto creemos que la radio entra en el gran plan de Dios de cubrir todo el mundo con su Palabra (Hab. 2:14; Mt. 24:14).

Melville Dinwiddie dijo que la extención del Reino de Dios en el mundo ha

sido bastante favorecida por la labor impresa de los libros; como la Biblia que se ha traducido a muchos idiomas y puede ser leida por cristianos y paganos de toda raza y color. Aunque, a pesar de esto hay limitaciones porque sólo aquellos que pueden leer y entender serán los beneficiados. La radio ha sido uno de los grandes descubrimientos científicos para transmitir las ideas del hombre en la voz humana que penetra donde quiera, aunque sí, el hombre tiene control de ella. Es una comunicación masiva, pero sin efectos masivos, puede ser muy bien recibida en círculos familiares de dos o tres o más personas de grupos pequeños, pero el efecto es siempre personal e indirecto, apela siempre individualmente porque la radio tiene un carácter personal.(4) Tal vez ésta sea la contestación a la pregunta, planteada al principio, por qué se usa la radio en la misión evangelizadora de la Iglesia.

Y como dice Carlos A. Valle, que Dios no usa "medios de comunicación puros", sino que:

> Usa los medios que son parte de la realidad en el momento de su manifestación. En su época, Pablo recurre a las sinagogas para iniciar su acción misionera en la mayoría de las ciudades que visita; Lutero y Calvino aprovechan las posibilidades que brinda la imprenta a la promoción de la Biblia. En ese sentido sería impensable que la Iglesia no hiciera uso de los mejores medios que tiene a su alcance para comunicar su evangelio, por cierto, estando consciente de lo que el medio significa. Después de todo el púlpito mismo no está exento de peligros (demagogia, sentimentakismo, personalismo). El mayor problema con el uso de la radio a la televisión radica en el hecho que las intenciones masificadoras generalmente dominan estos medios y la Iglesia simplemente puede aparecer como manifestando los mismos propósitos o dándoles su aprobación. Por ello la Iglesia debería, en su uso de la radio, criticar el uso abusivo que generalmente por ese medio se procura en la manipulación de emociones y deseos de las gentes, en todo lo deshumanizante que significa esta intención y, al encarar su uso, evitar cometer esos mismos excesos. (5)

Además, de lo anteriormente dicho, la radio se usa en la misión evangelizadora de la Iglesia por las siguientes cuatro razones, propuestas por el cofundador de la radioemisora HCJB, "La Voz de los Andes", el Dr. Clarence W. Jones.(6)

1- La radio, en la misión evangelizadora de la Iglesia, nos ayuda en la urgencia de la proclamación del Evangelio.

Si la Iglesia acepta que la salvación de un alma vale más que todas las riquezas del mundo (Lc. 9:25), entonces debe ver y tomar sentido en la urgencia de comunicar el Evangelio. En esta situación urgente la radio es de gran ayuda. Porque la radio puede llevar rápidamente el mensaje del Evangelio a diferentes partes del mundo. Las ondas radiales viajan a una velocidad de 186,000 mils/seg. Esto significa que el Evangelio por la radio puede ser enviado, como ejemplo, desde Quito, Ecuador a través de HCJB y en un segundo la onda radial hace 7 1/2 vueltas al mundo. Sí, Dios ha dado a la Iglesia de Jesucristo el aporte de la radio difusión para ayudar en la urgente tarea misiológica de la Iglesia de nuestro día. Aquí nuestra atención no es tanto sobre la velocidad sino que sobre la facilidad.

2- La radio es importante en la misión evangelizadora de la Iglesia por la tremenda cobertura que abarca.

Cristo Jesús ha mandado a sus discípulos predicar a toda criatura, y la radio es de gran ayuda en el cumplimiento de este mandato. Se puede decir que un predicador del Evangelio hoy día por medio del micrófono de una radio y con suficientes emisoras de transmisión, llevando el mensaje simultaneamente, podría predicar a más personas en un mes, de lo que San Pablo ha hecho en toda su vida. Claro que aquí se debe tomar en cuenta el hecho de que si tienen o no receptores el auditorio, si la gente estará escuchando, si la transmisión está en su propio idioma, etc. Pero, al superar estos problemas, la radio, abarca una cobertura inmensa y muy considerable.

3- La radio es práctica, en la misión evangelizadora de la Iglesia, por la constante repetición del mensaje del Evangelio.

La radio es un repetidor incansable, especialmente cuando pensamos en los

lugares apartados, donde no existen posibilidades periódicas para ser visitadas las personas por un predicador, la radio suple esa necesidad, llevando el mensaje a aquellos. Unas veces anunciando, otras veces consolidando, pero siempre proclamando el mensaje del Evangelio.

4- La cuarta ventaja carácteristica de la radio, en la misión evangelizadora de la Iglesia, es la penetración.

La radio va a todos los lugares y países, no conoce fronteras. Cubre las grandes distancias extendiendose rápidamente, llevando la voz del mensajero a cada hogar dispuesto a escuchar el mensaje. El poder penetrante de la radio da penetración a la Palabra de Dios. Esta penetración por medio de la radio significa que la gente de toda clase social, color y raza tienen la oportunidad de oír el mensaje, así que el ministerio de la Palabra está extendido a toda comunidad, grupo o nación, en lugar de estar restringuido a una sola congregación. Pero sin ignorar los aspectos culturales del emisor al receptor, los cuales podrían ser obstáculos para el éxito. Por lo tanto, concluimos que el trabajo radial debe, en cuanto sea posible, nacional o local y vinculado fuertamente con la Iglesia del lugar - o sea - un trabajo en conjunto lo cual ayudará evitar ciertas barreras y problemas en la comunicación evangelizadora.

Tres son los factores envueltos en el desenvolvimiento del plan de Dios con el mensaje del Evangelio para el mundo.

1) El mensaje dado o revelado por Cristo a un mundo perdido en pecado.
2) El hombre redimido es el mensajero de este mensaje divino de vida, luz y amor.
3) El método debe ser descubierto por el mensajero para su época y situación.

Como conclusión diremos, que a pesar de algunas desventajas de la radiodifusión, es de gran ayuda a la misión de la Iglesia en el mundo, por lo tanto

debemos aprovechar todos los adelantos técnico-científicos de nuestros días para la comunicación eficáz del Evangelio.

B. EL FENOMENO DE LA COMUNICACION

1- Principios generales.

En este capítulo queremos presentar algunos principios generales de la comunicación para poder entender mejor todo el fenómeno comunicativo. Siendo que nuestro propósito - en relación con el presente proyecto - no es sólo para informar o hacer mera transmisión de la información, sino que pretendemos llevar a cabo una comunicación, que de una u otra manera influya y modifique la conducta de las personas, o sea, esperamos ver un cambio positivo en ellas. Consideramos que para tales propósitos las siguientes aclaraciones nos ayudaran para entender mejor el arte de la comunicación.

a) ¿Qué se entiende por comunicación?

Cuando intentamos definir la palabra y el concepto "comunicación", no encontramos una sola definición correcta y absoluta, sino que, como dice David Berlo: "La definición sigue un criterio de adecuación: es útil o no lo es. Es 'buena' según su utilidad".(7) O sea, todo depende desde el punto de vista que se mire. Orlando Costas sugiere algunas definiciones desde varios puntos de vista sobre el concepto de comunicación.(8)

1) Etimológicamente. El término viene del latín, comunis, que quiere decir literalmente "comun". Sugiere un compartir algo con otros; entrar en común acuerdo con otra persona.

2) Sociológicamente. Se entiende la comunicación como una red de relaciones que ubican a los hombres dentro de estructuras que los condicionan de cierta manera. Ejemplos: dan los valores, creencias, marco de referencia, etc., para enviar mensajes y a responder a los que reciben.

3) Retóricamente. La comunicación tiene que ver con la persuación. En la persuación se trata de modificar o cambiar la actitud(es) y la creencia(s) de una o más personas. O sea, el fin que busca es modificar el comportamiento de alguien.

4) Psicológicamente. La comunicación se debe entender como un proceso, y este proceso psicológico involucra procesos mentales, emocionales, ideas, actitudes y sentimientos.

Orlando Costas, concluye nombrando todos los factores que involucra la comunicación:

> Podemos decir que la comunicación involucra procesos mentales y emocionales y experiencias de interacción social en los que se comparten ideas, actitudes y sentimientos con otras personas con el fin de modificar o influir sobre la conducta. Esta definición ubica la comunicación en la perspectiva de un proceso, lo que implica dinámica, movimiento, acción. De igual manera, la pone en un contexto amplio -- como actividad intelectual, emocional y social. Abarca la generación, la recepción, la interpretación y la integración de ideas. Se da en la esfera de las emociones. En este sentido, constituye una transmisión latente de predisposiciones adquiridas hacia personas, ideas y objetos, y de reacciones espontáneas a experiencias vivenciales. Implica, además que la comunicación es un fenómeno social y representa, por tanto, una prueba tangible de que los seres vivientes se hallan en relación entre sí y en unión con el mundo; de ahí que necesiten compartir con otros sus situaciones interiores e impresiones del medio-ambiente. Finalmente, la antedicha definición aclara cual es la finalidad de todo acto comunicativo: influir sobre alguien o modificar su conducta.(9)

Y cuando relacionamos estos conceptos sobre comunicación con la Iglesia, vemos que tienen estrecha relación entre ambos. "La Iglesia no puede tener en poco el fenómeno de la comunicación pues por cuanto ella es esencialmente una agencia comunicativa, tanto su misión como su naturaleza giran en torno a la comunicación".(10)

Entonces podemos concluir, juntamente con Orlando Costas, señalando que la comunicación es de vital importancia en todas las esferas de la vida humana, y por ende, mucho más, en la vida eclesiástica.

> La comunicación es determinante en todas las esferas de la vida humana. Es la matriz de la revolución tecnológica y social de nuestro tiempo. Se ha convertido en la más nueva ciencia de las ciencias sociales. Para la Iglesia, la comunicación es de vital importancia por cuanto denota la esencia de s de su naturaleza y misión. Sobre todo, la comunicación desempeña un papel vital en la formación del teólogo. Es determinante en los estudios bíblicos, en la historia de la vida y pensamiento de la iglesia, en la teología sistemática, en la predicación, en el ministerio docente, en el consejo pastoral; en fin, en todas las áreas del espectro teológico.(11)

b) Propósitos de la comunicación.

Nada comunicamos por el sólo placer de comunicar, "a lo loco", por así decirlo. Cuando comunicamos algo, lo hacemos con algún propósito. Comunicamos porque necesitamos o deseamos y esperamos que la persona a quien comunicamos responda a nuestro mensaje. Si lo hacemos sin ningún propósito entonces, lo más seguro que, nuestro mensaje se perderá en el proceso y jamás alcanzará nuestra meta, a excepción que por accidente alcance el blanco. También el propósito de la comunicación es importante porque sirve de regla o medida para la comunicación eficáz.(12)

El propósito básico de toda comunicación es "influir y afectar intencionalmente el comportamiento", o sea, "alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea".(13) Una explicación más clara y amplia nos la da David Berlo, cuando dice:

> Nuestro principal propósito es reducir las posibilidades de ser un sujeto a la merced de fuerzas externas y aumentar las probabilidades de dominarlas. Nuestro objetivo básico en la comunicación es convertirnos en agentes efectivos. Es decir, influir en los demás, en el mundo físico que nos rodea y en nosotros mismos, de tal modo que podamos convertirnos en agentes determinantes y sentirnos capaces de tomar decisiones, llegado el caso. En resumen, nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente.(14)

Cada comunicador, cuando emite su mensaje, debe tener bien claro en que forma quiere que el receptor sea afectado -- esto sería el propósito específico

de la comunicación. Hay tres cosas que son esenciales en el propósito de la comunicación; debemos tener en claro a quién queremos enviar el mensaje; cómo lo queremos comunicar y qué tipo de efectos esperamos. Por lo tanto, el éxito de cualquier esfuerzo comunicativo depende del propósito que se le ha propuesto por el comunicólogo. (15)

c) Clases de Comunicación.

Quisieramos presentar algunas formas básicas, o las más comunes, de la comunicación humana, pués a través de estas diferentes formas se realiza el acto comunicativo. Veamos algunas clasificaciones propuestas por el Dr. Orlando Costas: (16)

1) La comunicación verbal se da por medio de palabras, audibles o visuales.
2) La comunicación no-verbal, es una transmisión al nivel de los sentimientos y las actitudes y se comunica por medio de gestos, expresiones faciales, movimientos corporales, etc. 3) Comunicación directa, es siempre personal, cara a cara, puede ser de persona a persona, o de persona a grupo y viceversa. Es la que no tiene ningún intermediario técnico. 4) Sin embargo, la comunicación indirecta, se distingue de la anterior por el hecho de que es mediatizada por algún intermediario técnico, en el cual entran en juego, tiempo-espacio.
5) Comunicación recíproca, es la que llamamos hoy en día - diálogo. En éste tipo de comunicación hay cambio de roles del comunicador al receptor y del receptor al comunicador, y la 6) comunicación unilateral, es la contraria a la anterior, o sea, donde no hay cambio de roles, el comunicador es siempre comunicador y el receptor es siempre receptor. 7) La comunicación privada, es aquella que va con un mensaje a una persona o grupo especificamente, pero sólo y exclusivamente a él, o, a ellos. En cambio la 8) comunicación pública, es aquella que no tiene ningunos límites con sus receptores. Un buen ejemplo de

ello son las noticias radiales, y por último 9) la comunicación multisensorial, es la que apela simultáneamente a varios sentidos del receptor: vista e oído; vista oído u ofalto, etc. Este tipo de comunicación ha desarrollado todo el avance tecnológico de la electrónica, tales como: televisión y la computación.

Creemos que cada comunicólogo debe optar por algunas o varias de estas formas, siendo que ninguna de ellas son exclusivas para la comunicación del mensaje, según mejor le convenga de acuerdo con el tipo de su mensaje.

Concluiremos esta parte sobre los principios básicos de la comunicación en general, citando una conclusión a la que llega el Dr. Orlando Costas:

> En conclusión, se puede reducir la comunicación a una sola interrogante: ¿Quién dice qué, a quién, cuándo, cómo y por qué? Cada aspecto de la misma se relaciona con uno de los factores analizados: quién y por qué, con el comunicador-receptor; qué, con el mensaje; cómo, con el canal; y cuándo, con la ocasión. Por lo tanto, nuestro análisis de cada situación comunicativa deberá girar en torno de la referida pregunta. Si logramos contestarla adecuadamente, habremos analizado, generalmente hablando, el acto comunicativo. (17)

## 2- Aspectos técnicos de la comunicación radial.

> El poeta nace y el
> orador se hace.
>
> Proverbio anónimo.

### La persona.

Para triunfar en la labor de radiodifusión es condición indispensable tener una personalidad propia, y saber reproducirla insistente y uniformemente por medio de la voz. Se debe recordar que la radio no es otra cosa que in multiplicador de la persona misma. Por lo tanto, aunque el radiodifusor no sea un experto, el público esperará que él sea siempre el mismo, o sea, tal como el que habla por la radio y el que es fuera de ella. (18)

El emisor debe ser sencillo y ameno, no debe usar palabras difíciles ni se debe poner solemne, ni tampoco dar discursos. Debe hablar con naturalidad,

para que el programa suene a conversación corriente y personal. Tampoco debe imitar a otros emisores famosos, esto aniquila la personalidad propia que tiene cada emisor, como persona. [19] El emisor debe mantenerse siempre agradable para con sus receptores, jamás debe expresar asperidad o desabrigo en su tono. Recordemos el famoso proverbio que dice: "la mala cara aleja a los amigos", y aunque en la radiodifusión no se ve la cara del emisor, se la siente en la voz.

La radiodifusión es el arte por medio del cual el emisor se traslada a través del sonido de su voz al lugar donde se halla su receptor con el propósito de entablar con éste una conversación íntima y personal. Como nos dice Garrido Aldama que el emisor "no debe considerarse un intruso en casa de nadie, sino más bien un huésped amigo, que entra en el hogar para conversar con el individuo o el grupo pequeño con toda la intimidad, sinceridad y respeto que las personas se merecen". [20] Por lo tanto, entre el emisor y el receptor "no puede existir otra relación que la de persona a persona, de individuo a individuo, pero ésta debe sentirse muy viva y real". [21]

El emisor debe estar consciente de que no habla a una masa informe o a una multitud imprecisa, sino que está hablando a una persona, o a dos o tres a lo más, sentadas en una sala, trabajando en una cocina o descansando en un lecho, y es a esa persona, no a un auditorio indeterminado, a la que debe dirijirse el mensaje.

Luis Ramiro Beltran dice que el emisor debe dirijirse a "una sola pessona, nunca se debe hablar en la radiodifusión en forma impersonal porque, en tal caso, nadie se sentirá aludido". [22] Un buen ejemplo de esto lo tenemos en la propaganda comercial. Todos los mensajes son breves y se repiten constantemente. Pero, más aún, todos son mensajes personalizados en forma cordial e

imperativa: Compre su seguro de vida X; Lave mejor con su jabón Pálmolive; Usted es un hombre elegante, su carro es un Datsun 120Y, etc.

Para finalizar, diremos que esta relación personal entre el que habla y el que escucha puede llegar a ser tan íntima que el oyente se siente amigo personal del emisor. En esto es, que radica en gran parte el éxito de los programas radiales.

La Voz.

La voz humana es el instrumento más importante de la comunicación radiofónica, pero también se debe tomar en cuenta algunas características para obtener la más eficáz y exitosa emisión. Aunque es difícil definir que clase de voz es la más adecuada para hablar por medio del micrófono. Algunos expertos dicen que entre las voces masculinas, son las que oscilan entre barítono y bajo, y entre las voces femeninas mejor aceptadas son las de contralto.[23]

En general, podríamos decir que la voz que mejor suena en la radio-emisión, es la voz llena, resonante y que es agradable al oído. Aunque hay personas con voces excesivamente gruesas, chillonas, guturales, pero estas deficiencias se pueden vencerse , cultivando la voz con algunos ejercicios, como: Leyendo en voz alta, oyendo a sí mismo, críticas constructivas, etc.

Nunca se debe olvidar que la técnica de la oratoria radiofónica es muy diferente a la de un auditorio visible, donde se procura dar a la voz todo el volumen que la distancia requiere, y la tendencia es, cuando se comienza a hablar ante un micrófono, dar a la voz tal volumen como si deseara alcanzar con ella directamente a los miles de oyentes diseminados por todo el campo de alcance de las ondas radiales.[24]

El volumen de la voz es de suma importancia. Se deben conservar el equilibrio y las cualidades sonoras de la voz, de lo contrario obligará al operador

a recurrir al empleo de los medios mecánicos para disminuir el volumen de la voz del emisor y, también si es muy baja elevarla.

Ante el micrófono es necesario hablar, en lo posible, en el nivel del tono de conversación y con toda naturalidad, como si estuviera charlando con un amigo. En lo posible, ser ameno y cordial. No se debe finjir ni hacer que la voz suene afectada.

El ritmo o cambio de inflexión en la voz es de vital importancia en el emisor, ya que la variedad de inflexión es la que da colorido y vida al discurso. La monotonía invita al sueño, y la repetición periódica y equitativa de los altos y bajos en la entonación, semejante a las olas de la marea, produce como éstas, el mareo en el espíritu del receptor.(25)

La voz se debe modular, a ratos alzar el tono, otras veces bajarlo, para que los sonidos sigan una línea ondulada, cambiante, con matices diferentes. Si se emite la voz en un sólo tono igual, parejo y uniforme, el mensaje será monotono y aburrido. Resulta que, sin ritmo el discurso no es más que una recitación mecánica, falta de vida, y si esto es cierto del que habla desde una plataforma, lo es más del que habla ante el micrófono. Varios son los elementos que contribuyen a dar al discurso cadencia rítmica que le comunican belleza y vida.

También es necesario colocarse a una distancia apropiada del micrófono y en el ángulo más conveniente para el volumen correcto de la voz. Generalmente una cuarta de distancia es lo más recomendable, pero ésto varía según el timbre de la voz y el tipo de micrófono.(26)

La velocidad de la voz es otra de las características importantes del emisor. Se debe hablar con cuidado, ni tan rápido ni tan despacio. Si se habla con demasiada rapidéz será difícil entender y retener y, si es muy lento resulta irritante lo que se dice.

En el trabajo de la radiodifusión, es necesario pronunciar bién las palabras, mejor que de costumbre. Se debe ensayar para que las palabras salgan claras y completas, sin titubeos y sin comerse las últimas silabas. Observar bién la puntuación que marca el guión, hacer bién todas las pausas, y pronunciar todos los sonidos. Sobre todo la practica es requisito indispensable. Paacticando se conocerá mejor el programa y se sabrá mejor qué es lo que se debe hacer ante el micrófono.(27)

Se ha de distinguir la importancia que poseen algunas palabras o sentencias, para poner en ellas mayor o menor énfasis, según el grado de importancia que se le quiera dar para la expresión gráfica del pensamiento. Hay palabras claves, las que necesitan especial énfasis, a fin de que el receptor pueda darse cuenta en donde radica la escencia de lo que se le desea comunicar. Sin embargo, no se ha de olvidar que, en general, las frases o sentencias cuentan más que las simples palabras de la radiodifusión. El receptor se fija en las cláusulas o frases que forman un pensamiento. Estos grupos de palabras deben variar en su longitud a fin de evitar la monotonía, aunque nunca ser tan largas que tengan que cortar la respiración natural. El emisor no deben sermitir que se le corte la respiración, sino que debe procurar respirar siempre con tranquilidad y facilidad. La respiración fastidiosa o forzada se nota facilmente en el emisor, y si se respira con fuerza al micrófono se produce el efecto parecido a un fuerte viento.(28)

Asimismo, las pausas o silencios contribuyen poderosamente a la sonoridad y belleza del discurso. Las pausas no deben ser uniformes, han de ser más largas o más cortas, según lo requiera la importancia del pensamiento que se transmita por ellas, deben acomodarse al significado de cada una de las partes del mensaje. Habrá ocasiones en que se pueda hacer una pausa relativamente larga para que el receptor se dé cuenta de lo que acaba de oír; más no se ha

de perder de vista que si no se hace, con mucho tino, el receptor recibirá la impresión de que el emisor ha perdido el hilo del discurso, ya que no le tiene presente para que la actitud o el gesto indiquen que en realidad se trata de un recurso oratorio.

El micrófono es uno de los instrumentos de la comunicación más maravillosos del mundo y es más sensible que el oído humano. Tiene la virtud de aumentar tanto las buenas cualidades como los defectos de la voz, de ahí que el que posee una voz naturalmente sonora puede colocarse cerca del micrófono para hablar con perfecta naturalidad, y su voz recibirá mayor encanto; por el contrario, el orador cuya voz es de suyo fuerte y áspera, carente de sonoridad, tendrá que escoger una posición, en ángulo, con la relación al micrófono y acercarse o alejarse de él según vaya a disminuir o aumentar el volumen de su voz.(29)

Estamos seguros que, con estas sugerencias en la mente se evitaran muchos sonidos desagradables en la voz del emisor y darán mayor éxito a los programas.

El Lenguaje.

Una de las cosas muy importantes de un orador o emisor y, lo que le caracteriza, es el lenguaje que emplea. A veces los emisores, no sólo emplean palabras con vanguedad e inexactitud, sino que simplemente, emplean palabras que no corresponden. Julio César dijo: "La elección de las palabras es la fuente de la elocuencia". Quintiliano, el retórico romano, dijo que debe cuidarse la elección de las palabras, "no para ser entendidos, sino para no ser malentendidos." Y, Joseph Conrad dijo: "El que quiere persuadir debe confiar, no en el argumento exacto, sino en la palabra exacta...Dadme la palabra y moveré el mundo".(30)

De estas alusiones podemos apreciar la tremenda importancia de la correcta elección de las palabras. El emisor debe escojer palabras que comuniquen a

a los oyentes el significado más positivo posible, y para esto se debe saber a quién van dirijidos los programas. Todos ellos deben tener un blanco en el cual apuntar. Si el programa se dirije, por ejemplo a los campesinos, utilize palabras, frases y formas de pensamiento que son de su ambiente o "jerga" y que dan a entender justamente lo que se quiere comunicarles. Se usará este mismo principio al dirijirse a otros grupos, tales como: estudiantes, peofesores, comerciantes, etc. Aúnque, indudablemente, el programa oirán otras personas, pero se tiene una meta y el centro son esos receptores específicos.

En algunos contextos las mismas palabras no significan lo mismo para todas las personas. Aquí es donde radica la razón de ser cuidadosos con el lenguaje que se emplea. A veces la misma palabra tiene distintos significados entre diversos pueblos. Además cambian de sentido de una generación a otra los significados, se experimenta un vaciamiento.

Pero también es malísimo ir seleccionando palabras, quizás rebuscando en el diccionario, para que los receptores tengan un concepto del emisor como un hombre excepcionalmente culto. Es posible usar modismos y expresiones familiares de las personas a las cuales se dirije el programa. Esto es, siempre y cuando se sabe que la potencialidad de la estación, desde la cual se transmite, no alcanza más allá de los límites de la ciudad o provincia, donde radican los receptores de su meta. Pero si el programa traspasa estos límites, entonces deben evitarse todo tipo de provincialismos, que en la mayoría de los casos no serán entendidos por los oyentes de afuera, y ellos indicaran un espíritu de nacionalismo cerrado.

Las palabras tienen vida. Es de gran impottancia recordar que las palabras no son cosas enmohecidas, que se hallan en los diccionarios o comentarios solamente, sino que son símbolos dinámicos de la vida. Ellas conducen el pensamiento y el estado de ánimo del que habla al que escucha. Son el juego

de herramientas de todo ser humano, son las avenidas de la comunicación.

Aúnque el correcto uso del lenguaje, en sí, no asegura la eficacia del mensaje, pero sí ayuda. Facilita a los oyentes la rápida comprensión de lo que el emisor radiofónico está emitiendo.(31)

Consideramos que estas breves recomendaciones técnicas de la comunicación radiofónica ayudaran en la elaboración y comunicación del mensaje entre el emisor y el receptor.

3- El papel de la radio en los medios masivos de la comunicación.

En la radiodifusión, la técnica y el arte, deben ir unidos. En el capítulo anterior hemos reseñado brevemente la parte técnica. Porque ¿cómo lograr que la radio eduque, que la radio forme, que la radio informe y que la radio entretenga si no se tienen claras ideas, limpias y concretas, sobre cómo hacerlo? Por lo tanto, aquí consideraremos algunos puntos básicos del papel que la radio desempeña en los medios masivos de la comunicación, o sea, la personalidad propia de la radio.(32)

3.1 Como educadora.

Parecería ser un poco dificultoso definir a la radio como educadora, pero es una faceta que la posee, efectivamente, y en sumo grado. Aún sin ser metódica, ha realizado y está realizando una labor muy efectiva. Por ejemplo los conocimientos musicales que mucha gente posee hoy en día, tan sólo han sido posibles gracias a la radio. Multiples hechos históricos, culturales y artísticos, etc., se dieron a conocer para muchos por medio de la radio. Anibal Arias afirma este hecho de la siguiente forma:

> Todo esto significa que en la personalidad de la radiodifusión, mejor dicho, en la de su arte específico, el radiofonismo, lo educacional. es cualidad innata, como lo es también en todos los medios de la información. Todos ellos ejercen una labor educadora, por sí y ante sí. Pero con las naturales limitaciones.(33)

Claro está, que la radio como educadora, por sí sola, es incapaz de hacer lo que no han logrado realizar los medios docentes más adecuados. Tampoco sería justo exigir a la radio la total responsabilidad de una tarea educadora general. La misión educadora de la radio es un hecho real y tal labor ha de realizarse de un modo gradual.

La radiodifusión tiene como finalidad ambiental, abrir caminos a la inquietud del conocimiento y de la culturam o sea, la radio no compete por sustuir la escuela, al instituto o a la universidad, sino completarla y junto con otras instituciones llevar adelante la tarea educadora para el hombre en forma integral.

3.2 Como formadora.

La radio como un medio de difusión, consideramos que lo es también de formación, labor que realiza en sus oyentes. Nos interesa el valor formativo de la radio, en razón directa a su alcance, que llega a todos y a todas partes. Todos tienen posibilidad de oirla; el niño y el anciano, el hombre y la mujer, el muchacho y la muchacha. Es cierto que la radio, al igual que forma puede deformar y de hecho lo hace. Pero simultaneamente a ello, a esta actitud negativa, la radio ha de mantener una acción positiva, de influencia directa sobre el oyente. Es justamente aquí donde la misión formativa de la radiodifusión se cumple en su totalidad. Llevando el mensaje de lo bueno y silenciado lo malo, tenemos la incomparable oportunidad de influir en la gente con los buenos principios morales distintivos, para una vida más decente y culta de un individuo, pueblo o nación. Y así a través del proceso de una formación efectiva, esperando los cambios deseados en los hombres.

3.3 Como informadora.

La radio es el medio masivo que ha venido a dar forma y concretización,

proyección y futuro, a la información y así transmitir el mensaje del hombre a los hombres y de las colectividades humanas a todos y cada uno de sus miembros. Anibal Arias describe los distintos medios de información y le ventaja que lleva la radio entre ellos:

> Hoy la información dispone de las artes del teatro, del cine, del periodismo, de las ediciones, de la radio y de la televisión, parece para adecuar en todo momento su ciencia y técnica a la forma más grata para el lector o el espectador. No olvidemos que el periodismo, las ediciones y los carteles incluso son información "por la lectura", mientras que el cine, el teatro, la radio y la televisión son información "por espectáculo".
> Evidentemente, todos ellos, responden al mismo triple principio: transmiten el mensaje, como invitación y como pinceladas, jamás exhaustivas; distraen o entretienen al público, y se dirigen siempre a la masa. Condiciones estas tres, que responden plenamente a lo que es y significa, en verdad, la información.
> La radiodifusión, por tanto, como medio informativo, en sus dos brazos gigantezcos de la radio sonora y de la radio visual, es hoy uno de los más poderosos, sino el que más cubre. Su voz llega a todas partes. Se escucha en todas los idiomas y es factible también, hablar en todos los idiomas de todos los hombres y pueblos de la tierra.(34)

Es decir, en la radio todo contiene información, no necesariamente en el estrecho marco del periodismo. Pero más, en forma general, tal como: lo que se cuenta en el propio guión, en el comentario, en la presentación de un disco, etc. Lo cual pocas veces encontramos en cualquier otro medio de difusión o de información, por lo tanto, la radio vive a cada minuto la actualidad. O sea, "la prensa misma, el cine, el teatro, son recopilativos. Primero recogen y después dan. En una palabra, hacen historia de lo que ocurrió. Sólo la radio puede dar la realidad de cada minuto y de cada instante, con una agilidad superior a cualquier medio informativo".(35)

Así que la radio, es siempre la primera en dar el anticipo informativo, el chispáso del momento y la impresión del segundo, y todo ello bien rápido, aún sin detenerse ni un instante con la información.

3.4 Como entretenimiento.

Algunas veces hemos oído decir, despectivamente, que la radio es un entretenimiento barato y para los pobres. Indudablemente es una generalización injusta. La radio, más que entretenimiento, es una compañera. Compañera de muchas horas de trabajo tenáz, compañera de la gente solítaria, etc. A la vez que es un sano y provechoso entretenimiento.

> Desde 1925, la radio es el gran y económico entretenimiento casero que el mundo conoce, al alcance de todos. Más de los pobres que de los ricos. ¡Cuántos de éstos, no han escuchado los primeros conciertos de su vida, gracias al modesto receptor de galena! Y asomarse a las primeras representaciones teatrales, y asistir con las alas de la imaginación, a actos y ceremonias lejanas, y llegar a tierras extrañas, y sentirse en ese otro país merced a la simple y elemental retransmisión de un partido de fútbol en tierra extranjera...(36)

La radio sirve en todo momento para distraer, para matar el tiempo, para llenar un vacío de falta de alegría o de amenidad. La radio ocupa su puesto y desempeña su papel, como lo desempeña cualquier otro espectáculo visual y con las ventajas de no tener limitaciones económicas ni jurídicas, "aptos o no para menores". Ante la radio cada expectador es un individuo con reacción tanto más individual cuanto que no es observada ni dominada por nadie, y cuanto que se manifiesta en plena y absoluta libertad de actuar.

Con esta descripción básica, del papel de la radio en la comunicación masiva, podemos ver "las tremendas características reales de la radiofonía, y que brinda posibilidades y dificultades, al mismo tiempo, de insospechada magnitud. Pero no es aquí, ni el lugar ni el espacio donde tratarlas".(37) Pero estas son los componentes que forman la personalidad de la radiodifusión como tal. Esta personalidad, tan peculiar de la radio, es muy efectiva e importante en la comunicación del Evangelio, puesto que va dirigida a cada individuo como a persona y apela hacia un cambio y modificación personal de la conducta.

## C. DESCRIPCION DEL DEPARTAMENTO DE ITAPUA

> Una descripción correcta, aunque la explicación no sea profunda, vale mil veces más que una explicación brillante de hechos que no existen.
>
> Paul A. Samuelson.

1. Situación geográfica.

La República del Paraguay, o como muchos la llaman "Corazón de América del Sur", limita al norte y este con el Brasil, al sur, este y oeste con la Argentina y al noroeste con Bolivia.(38)

Paraguay está dividido en 18 departamentos (provincias) de los cuales 13 se encuentran en la Región Oriental y 5 en la Occidental o Chaco Boreal. Itapúa es el Séptimo Departamento del país y se halla ubicado en la Región Oriental, en la parte sur, a orillas de la márgen derecha del río Paraná con su ciudad capital, Encarnación. Frente a ella, en la márgen izquierda del río Paraná, está la ciudad argentina de Posadas, capital de la Provincia de Misiones.(39)

El Departamento de Itapúa cuenta con 16.525 Km$^2$ de superficie, estimandose cerca de 15 personas por Km$^2$ en 1950. Actualmente la población del Departamento haciende a 250.000 habitantes. Un elevado porcentaje de la población departamental vive en áreas rurales, cerca del 78%. La ciudad de Encarnación cuanta con mayor porcentaje de su población urbana, con 57%, y el más bajo en Capitán Meza, con sólo 1%.

El Departamento de Itapúa está dividido en 16 distritos regionales, y la población geográfica de los habitantes reflejan las siguientes cifras: el 32% de los habitantes está residiendo en los distritos de Encarnación, Cambyretá, Hatiauda y Capitan Miranda; el 22% en Coronel Bogado, Carmen, Fram, San Cosme, General Delgado; el 21% en San Pedro, General Artigas y Leandro

Oviedo; el 16% en las Colonias Unidas, Trinidad de Jesús; y el 9% en Capitán Meza y Domingo Robledo.

Itapúa cuenta con una ubicación favorable, se halla en uno de los vértices del plan triángulo más promisor de la República, que abarca las ricas zonas comprendidas entre Asunció-Puerto Presidente Stroessner-Encarnación. La Capital de Itapúa, Encarnación, está ligada con Asunción a través de una ruta pavimentada de 365 Kms. y con el FF.CC.(40)

Los recursos de las riquezas naturales de Itapúa descanzan básicamente sobre la fertilidad de la tierra y el potencial hidroelectrico. Existen conjeturas sobre la existencia del mineral de hierro, cobre, plomo, caolín y otros minerales, pero hasta la fecha no se ha iniciado una investigación sistemática para detectar y cuantificar la existencia de dichos minerales de tal suerte que ello permita la instalación de industrias extractivas.

La extención territorial del Departamento asciende a 16.525 $Km^2$, lo que representa el 4% de la superficie del país; estudios realizados dentro del Plan Triangulo, en base a la fotografía aérea, indican que unos 14.000 $Km^2$ de tierra son cultivables sin mayores problemas; el resto sería apto para las actividades ganaderas y forestales; ello implica un factor decisivo para extender las fronteras agrícolas y ganaderas. En 1975 en once principales rubros se cultivaron cerca de 310.000 hectáreas, lo cual indica el escaso uso de la tierra de Itapúa para fines agrícolas.

La zona está situada entre las latitudes 26°S. y 27°25' S. Frente a las regiones norte y central de la parte oriental del país que están vertebradas por las Cordilleras de Amambay y Mbaracayú, de los Altos y Caaguazú, la zona de Itapúa prácticamente está fuera del sistema principal orográfico del país. Sin embargo es la zona donde va desapareciendo la cadena de Caaguazú e Ibytyrusú hasta llegar al río Paraná.(41)

Por ello la topografía es bastante ondulada conformando unos anillos que van decreciendo de este a oeste el río Paraná de 400 hasta 100 metros sobre el nivel del mar. Los principales cerros son: Cerro Guazú, San Rafael, Cerro Chala, Cerro Mborebí Poty, Cerro Tatú Quá, Itacuá Ybycui y Cerro Naro.

Itapúa integra la cuenca del río Paraná y del río Paraguay, siendo una región de las zonas de mayor irrigación del país. Infinidades de ríos y arroyos surcan el suelo de entre Capibary, San Rafael, Manduviyú, Mboy Caé, Arroyo Porá, Guabiyú, Caraguatá y Promocó.

Las precipitaciones pluviales registran un promedio muy alto en el país, siendo el promedio de 1.760mm., lo que significa 91 días de lluvia al año. La temperatura promedio en Encarnación es de 21,8C° La humedad atmosférica es equivalente al 72%, un poco más que el promedio del país que es del orden del 71%.(42)

Esta breve descripción nos ubica en el contexto geográfico del Departamento de Itapúa, lo cual, es significativo e importante para propósitos del trabajo que se quiere realizar. Un Dto. de gran progreso y un futuro prometedor. Por lo tanto, tomando en cuenta la situación geográfica del Departamento de Itapúa, las grandes extenciones geográficas y el aislamiento de la gente conlleva a la gente ser de un espíritu más personal e individualista y a depender de la radio, como casi el único medio de comunicación para su información, así es que, a una situación de esta índole el programa radial es más que un potencial poderoso.

El primer deber del economista consiste
en describir correctamente la realidad.

Paul A. Samuelson.

## 2. Situación económica.

El Departamento de Itapúa es el "granero del país", sus tierras son dedicadas mayormente a la agricultura, ganadería y la riqueza forestal o maderera.

El valor bruto de la producción de los sectores económicos del Departamento ascendió en 1974 a 11.893 millones de guaraníes (moneda nacional), aproximadamente 95 millones de dólares americanos. La agricultura representó el 80%, el sector forestal el 11%, la industria el 5% y la ganadería el 4%.

La agricultura es la base de la economía departamental y es el sector que ocupa una gran mayoría de la población economicamente activa. El comercio, la industria, el transporte y otros servicios depende en alto grado de la actividad agrícola. El sector industrial considerado clave para todo desarrollo, está cumpliendo muchas perspectivas para la economía de Itapúa, pero se está aprovechando escasamente su potencialidad.

Los factores que condicionan todo desarrollo agrícola estriban sobre la producción y mercado. Dentro de la producción el factor hombre, su urbanización, la asistencia técnica, el factor tierra, su fertilidad y tamaño, la mecanización, entre otros son, factores determinantes. Para el mercado, los silos, depósitos y almacenes también juegan papeles decisivos.

La agricultura absorbe la mayor cantidad de la población económicamente activa con un 75% aproximadamente. En 1972 la población activa ascendía a 63.780 personas, de las cuales trabajaban en la agricultura 46.629, en la industria de transformación 4.461 personas con 7%, en el sector de servicios 5.918 con el 8%, en el comercio 2.691 con el 4%, y en otras actividades el 6%.

La actividad agrícola descanza sobre 30.000 agricultores aproximadamente quienes toman una figura piramidal, cuya base conforman 18.000 agricultores que no cuentan con tierras mayores a 20 has. Cerca de 9.000 agricultores cuentan con extensiones que oscilan entre 20 y 100 has. y en la cúspide de la pirámide están los agricultores que poseen tierras más allá de 100 has. La elevada producción de agricultura con 20 has., de terreno podría tener su explicación

en la vieja tradición de otorgar lotes coloniales con una extención no mayor de 20 has. El tamaño de la tierra por cada agricultor ejerce una profunda implicación sobre la producción y la productividad agrícola. En primer lugar, ello dificulta la mecanización del agro y lo limita la introducción de modernas tecnologías agronómicas; en segundo lugar, limita al agricultor abordar aquellas especies de mayor rentabilidad y perspectivas en el mercado reduciendose a cultivar las especies de subsistencia. El tamaño reducido de los lotes se ve reforzado con la tenencia de los mismos. En la base de la pirámide preponderan los agricultores sin títulos, especialmente en las nuevas colonias creadas en el Alto Paraná. En el estrato superior de la pirámide preponderan los agricultores empresariales inducidos fundamentalmente por la generalización de cultivos de especies de fácil colocación en el mercado como la soja, el trigo, el arroz y el algodón.

Las facilidades de colocación en el mercado jugaron armonicamente con la mecanización agrícola lograda mediante una asistencia de instituciones de fomento y vendedores de maquinarias.

El territorio de Itapúa tan sólo representa el 4% de la superficie nacional y el 9% de la población total del país. Sin embargo en la zona se cultivan el 56% de la soja del país, el 39% del arroz, el 30% del trigo y el 18% del maíz. Por la gran polarización del cultivo de granos, Itapúa es llamada la región granera de la República.

El valor de la producción de los siete principales rubros alcanzó en 1974 el importe de 75 millones de dólares y descanzaron sobre los siguientes productos: la soja con 45% del valor, el algodón con 18%, el tung con 13%, y el resto: trigo, arroz, yerba mate y maíz totalizaron el 24% en su conjunto. Ello implica que la agricultura de Itapúa descanza básicamente sobre tres principales rubros: la soja, el algodón y el tung.(43)

Después de dar este vistazo de la situación económica de Itapúa, nos lleva a formular algunas conclusiones: En primer lugar, el fenómeno de la distribución de la tierra en colonias permite una distribución más o menos equitativa de la riqueza y la oportunidad de trabajo y superación a sus habitantes, aúnque con la tecnificación afecta en cierto sentido a los pequeños agricultores. Quizás una solución, ante tal dificultad sería organizar cooperativas por dichos agricultores, así podrían vender y comprar sus productos en grandes cantidades.

En segundo lugar, el floreciente progreso del Departamento de Itapúa anima a los cristianos a la obra evangelizadora y provee los medios financieros para sufrager los gastos de proyectos tales como este, sin necesidad de que las Iglesias Evangelicas Cristianas y Bautistas Eslavas recurran ha fondos extranjeros.

> Aquellos que rehusan aprender de la historia están condenados a repetirla.
>
> Santayana.

3. Situación religiosa.

Daremos una descripción histórica general de la situación religiosa en el Paraguay. Ello nos ayudará a entender el fenómeno religioso actual que se presenta en el país. El Estado paraguayo profesa la religión Católica Romana, como oficial, aunque hay tolerancia de otras.

3.1- El Catolicismo Romano en el Paraguay.

El catolicismo romano era introducido al Paraguay en 1542 con la llegada de los conquistadores españoles - que eran a la vez conquistadores y sacerdotes - e inmediatamente comenzó la evangelización de los paraguayos. En tiempos de la Colonia - por el año 1617 - el gobernador Hernando Arias de Saavedra pidió al Rey que enviara un buen número de sacerdotes para convertir y civilizar a los guaraníes. Por real orden recayó tal comisión en la Compañia

de Jesús. Los jesuitas concentraron a los indios en "reducciones" donde las enseñaron, a más de religión, agricultura y pequeñas industrias. Pero,al ser expulsados los jesuitas de España y sus dominios por orden de Carlos III (1767), las reducciones indígenas (localizadas principalmente en los Departamentos de Misiones e Itapúa) que comprendían más de 200.000 miembros, pasaron a ser dirigidas por seculares, en cuyas manos se desintegraron.. Hoy día se conservan algunos vestígios de aquellas reducciones jesuitas, especialmente, las "Ruinas Jesuíticas", localizados en los Distritos de Jesús y Trinidad, en el Departamento de Itapúa.(44)

Durante todo el siglo XIX, la Iglesia Católica en el Paraguay se caracterizó por su sujección al Estado. Bajo las dictaduras de José Gaspar Roderíguez Francia, Carlos Antonio López,y de su hijo Francisco Solano López. Con estas dictaduras la Iglesias era instrumento en las manos del Estado, hasta llegar el confesionario a ser el medio de espionaje universal, siendo que los dictadores reclamaban para sí el derecho de patronato sobre la Iglesia, aunque Roma no le reconocía, pero sí, en la practica se daban tales casos.

Con la ayuda del clero, los dictadores - especialmente Francisco Solano López - crearon entre los indios paraguayos el fanatismo aguerrido que les caracterizó en la Guerra de la Triple Alianza, cuyo resultado final fue la caída de López e inmensas pérdidas territoriales, económicas y humanas para el Paraguay.

La constitución de 1870 garantizaba la libertad de culto , aunque el catolicismo era la religión del Estado y el derecho de patronato seguía estando en las manos del presidente de la república.

Los católicos de la orden jesuita, en el Paraguay, han realizado enorme obra de tipo misionera, eran al extremo paternalistas en sus trabajos misioneros. Por lo tanto, hoy día se los culpa que a causa de su excesivo pater-

nalismo los indios paraguayos no han sido preparados para su desarrollo político.(45)

Aún durante el siglo XX la Iglesia Católica en el Paraguay no ha logrado reponerse de sus perdidas del Siglo XIX, e independizarse del Estado. Pero sí, en los últimos años ha tenido más avanze, a pesar del nominalismo tradicional, en algunos sectores de la Iglesia se aprecia razgos de renovación y un lento proceso hacía la autoctonización. Nos propondremos a través del programa dar un estímulo y apoyo a este fomentación.

3.2- El Protestantismo en el Paraguay.

Las condiciones políticas del Paraguay antes de la guerra de la Triple Alianza impidieron la penetración del protestantismo en el país. Hasta donde podemos saber, sólo la Sociedad Bíblica Americana púdo establecer obra en el Paraguay antes de esa terrible guerra.

En el año 1871, a raíz de la guerra de la Triple Alianza, un grupo de paraguayos pidió a los metodistas que comenzaran obra en su país, pero eso no fue posible, sino hasta el año 1886. Luego dos años más tarde la South American Missionary Society y ya en 1893, con algunos inmigrantes se fundó la primera iglesia luterana en la ciudad capital, Asunción.

Durante la primera mitad del siglo XX el protestantismo en el Paraguay logró un nuevo impetú, debido a la penetración del país por nuevas agencias misioneras y con el establecimiento de las colonias de inmigrantes protestantes.

Aunque todas estas agencias misioneras no han logrado gran número de conversos. Los que más se destacaron fueron La Unión Misionera del Nuevo Testamento y los Discipúlos de Cristo - a quienes después los metodistas traspasaron su trabajo-. También, se han establecido los Bautistas del Sur, el Ejercito de Salvación y algunas otras misiones más recientes. Véase los tres gráficos

del tamaño, tipos y crecimiento de las Iglesias protestantes en el Paraguay.[46]

El gran grupo de inmigrantes protestantes que llegaron al Paraguay, fueron los menonitas del Canadá. Cuando en Manitoba se les negaron los antiguos privilegios entonces decidieron buscar nuevos horizontes y así en 1926 llegaron 1.778 personas al Chaco paraguayo, formando sus colonias. Luego más tarde llegaron algunos grupos menonitas de Alemania, estableciendose en el Chaco también, parte norte del país. Otros en el Departamento de Caaguazú, Misiones e Itapúa.[47]

A la parte sur del país llegaron, pequeños grupos por cierto, de eslavos, la mayoría de ellos se establecieron en el Departamento de Itapúa. La inmigración continuaba desde 1929 hasta 1936, representando así, diferentes extracciones religiosas, como: Ortodoxos Griegos, Católicos Ukranianos y polacos y protestantes de diferentes denominaciones. Muchos de ellos residen allí hasta el día de hoy. Desde su llegada, estos inmigrantes, celebraban servicios religiosos, pero como llegaron no con pretenciones de trabajo misionero, sino más bien para vivir una vida más tranquila y feliz. Así es que, no han realizado obra evangelista entre los nacionales hasta comienzos de los años sesenta, con una excepción que sí, la realizaban entre sus paisanos. Creemos que gran parte del problema eran las barreras del idioma, lo cual no permitía una buena comunicación.

Para caracterizar y explicar más la situación de la iglesia protestante, emplearemos un estudio realizado por el Dr. Orlando Costas sobre las corrientes eclesiásticas en el protestantismo latinoamericano y él las clasifica en tres grupos:

1. Las comunidades del transplante, que surgen como resultado de los grandes movimientos migratorios: europeos, asiáticos y caribeños.
2. Las Iglesias que surgen como resultado del movimiento protestante misionero, particularmente de Inglaterra, Canadá y Estados Unidos.
3. Las Iglesias pentecostales algunas de las cuales son también parte de la corriente anterior.[48]